

Konsentrasi/Bidang/Minat:
Manajemen Ritel

**PENGARUH *WEBSITE IMAGE* DAN *ONLINE KNOWLEDGE*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PADA KONSUMEN SHOPEE**

Skripsi untuk S-1



OLEH :

SONYA NATASHA HANDOKO

3103014100

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *WEBSITE IMAGE* DAN *ONLINE KONWLEDGE*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PADA KONSUMEN SHOPEE**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

Oleh:
SONYA NATASHA HANDOKO
3103014100

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *WEBSITE IMAGE* DAN *ONLINE KONWLEDGE*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PADA KONSUMEN SHOPEE**

Oleh:
SONYA NATASHA HANDOKO
3103014100

Telah disetujui dan diterima dengan baik
Untuk diajukan kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Diah Tulipa, SE., MM
Tanggal:

Pembimbing II,



Marlina Junaedi, SE., M.Si
Tanggal:

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Sonya Natasha Handoko NRP 3103014100 Telah diuji pada tanggal 26 Juli 2018 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



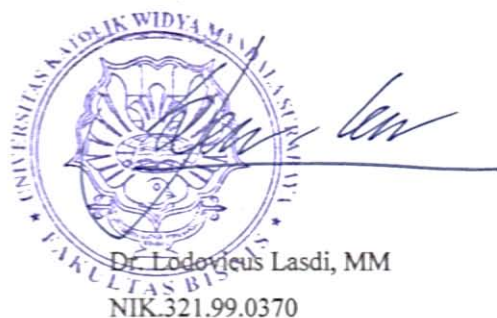
Drs. Ec. Cyrillius Martono, M.Si.

NIK 311.89.0168

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM
NIK.321.99.0370



Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc

NIK.311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sonya Natasha Handoko

NRP : 3103014100

Judul Skripsi : Pengaruh *Website image* dan *Online Knowledge* terhadap Loyalitas pelanggan melalui kepuasan pada konsumen Shopee.

Menyatakan tugas akhir skripsi ini merupakan karya tulis sendiri. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 29 Januari 2018

Yang menyatakan,



Sonya N.H

KATA PENGATAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yesus, karena atas berkat nya penulis dapat menyelesaikan penulisan untuk tugas akhir ini dengan judul “Pengaruh *Website Image* dan *Online Knowledge* terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan pada konsumen Shopee”. Yang bertujuan untuk memenuhi persyaratan kelulusan program S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Selama proses pengerjaan skripsi ini penulis banyak mengalami pengalaman suka dan duka dalam mengerjakan proses penulisan skripsi ini tetapi dari hasil penulisan ini, penulis mendapatkan nilai kesabaran, ketekunan, dan rajin berdoa pada tuhan untuk dapat menyelesaikan semua hasil penulisan ini. Selain itu ada hambatan-hambatan yang di temui penulis yang membuat penulis menjadi patah semangat untuk melanjutkan penulisan ini, tetapi penulis yakin dan percaya bahwa tuhan selalu mempunyai cara untuk membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan ini hingga selesai,

Dalam menyelesaikan penulisan ini banyak pihak yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini, Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga, antara lain untuk:

1. Papa, Mama, dan Saudara-saudara saya yang terus mendoakan dan memberi dukungan kepada saya yang tidak ada henti-hentinya.
2. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit H.L, SE., M.Sc Ketua Jurusan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

4. Ibu Dr. Diyah Tulipa, SE., MM selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dengan sabar, membantu memberikan masukan, dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
5. Ibu Marlina Junaedi. SE.,M.Si selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing, membantu memberikan masukan, dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
6. Semua Bapak/Ibu dosen Fakultas Bisnis yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.
7. Serta kepada seluruh responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner yang telah di sebarakan oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih terdapat kekurangan, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis, sehingga penulis bersedia menerima kritik maupun saran dari semua pihak. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi para pembacanya.

Surabaya, 29 Januari 2018

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Sistematika Penulisan.....	9
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan Teori.....	11
2.2.1. <i>Website Image</i>	13
2.2.2. <i>Online Knowledge</i>	14
2.2.3. <i>Satisfactio</i> (kepuasan).....	15
2.2.4. <i>Loyalty</i>	19
2.3. Pengaruh Antar Variabel.....	23

2.3.1. Pengaruh <i>Website Image</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	23
2.3.2. Pengaruh <i>Online Knowlegde</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	24
2.3.3. Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Loyalty</i>	25
2.4. Model Penelitian.....	26
2.5. Hipotesis Penelitian.....	27
BAB 3 METODE PENELITIAN	28
3.1. Desain Penelitian.....	28
3.2. Identifikasi Variabel.....	28
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	29
3.3.1. <i>Website Image</i>	29
3.3.2. <i>Online Knowledge</i>	29
3.3.3. <i>Satisfaction</i>	30
3.3.4. <i>Loyalty</i>	30
3.4. Jenis Data dan Sumber Data.....	30
3.5. Skala Pengukuran	31
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	31
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.7.1. Populasi.....	32
3.7.2. Sampel.....	32
3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.8. Teknik Analisis Data.....	33
3.8.1. Uji Normalitas Data.....	34
3.8.2. Uji Kecocokan Model pengukuran.....	34
3.8.3. Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	35

3.8.4. Uji Hipotesis.....	36
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Karakteristik Responden.....	37
4.1.1 Usia.....	37
4.1.2 Jenis Kelamin.....	38
4.1.3 Pendidikan terakhir yang di tempuh.....	38
4.1.4 Pendapatan atau Uang Saku	39
4.1.5 Pekerjaan.....	40
4.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	41
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Website Image</i>	41
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Online Knowledge</i>	42
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Satisfaction</i>	43
4.2.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Loyalty</i>	44
4.3 Uji Asumsi SEM.....	45
4.3.1 Uji Normalitas Data.....	45
4.3.2 Uji Validitas.....	46
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	47
4.3.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	48
4.4 Pengujian Hipotesis.....	50
4.5 Pembahasan.....	51
4.5.1 Pengaruh <i>Website Image</i> terhadap <i>Satisfaction</i> Konsumen Shopee.....	52

4.5.2	Pengaruh <i>Online Knowledge</i> terhadap <i>Satisfaction</i> Konsumen Shopee.....	53
4.5.3	Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap Loyalitas Konsumen Shopee.....	53
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....		55
5.1	Simpulan.. ..	55
5.2	Saran.....	55
5.2.1	Saran Akademis.....	56
5.2.2	Saran Praktis.....	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	12
Tabel 3.1 <i>Goodness of Fit</i>	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Usia....	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis kelamin.....	42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pendidikan terakhir.....	43
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan yang di terima dalam sebulan	43
Tabel 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.6 Kategori rata-rata jawaban responden.....	45
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel <i>Website Image</i>	45
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel <i>Innovativeness</i>	46
Tabel 4.9 Deskriptif Variabel <i>Online Knowledge</i>	47
Tabel 4.10 Deskriptif Variabel <i>Online Routine</i>	48
Tabel 4.11 Deskriptif Variabel <i>Satisfaction</i>	49
Tabel 4.12 Deskriptif Variabel <i>Loyalty</i>	50
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
Tabel 4.16 <i>Goodness of Fi</i>	54
Tabel 4.17 Pengujian Hipotesis.....	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data statistik perkembangan <i>e-commerce</i> Di Indonesia.....	3
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	30

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Data Responden
- Lampiran 3. Identitas Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Normalitas
- Lampiran 6. Syntax
- Lampiran 7. *Covariance Matrix*
- Lampiran 8. Validitas
- Lampiran 9. *Structural Equation*
- Lampiran 10. Realibilitas
- Lampiran 11. *Goodness of Fit*
- Lampiran 12. *T-Values*
- Lampiran 13. *Estimates*
- Lampiran 14. *Standardized Solutions*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Website Image*, *innovativeness*, *Online Knowledge*, *Online Routine*, terhadap Loyalitas pelanggan pada Kepuasan konsumen Shopee. Dalam penelitian ini semua variabel tersebut di teliti dengan alat analisis SEM, obyek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengunjungi dan membeli pada online shop Shopee, dengan sample sebanyak 120 Responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara *Website Image*, *Innovativeness*, *Online Knowledge*, dan *Online Routine* terhadap kepuasan belanja konsumen yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen itu sendiri.

Kata kunci : *Website Image*, *Innovativeness*, *Online Knowledge*, *Online Routine*, Kepuasan, dan Loyalitas.

ABSTRACT

The aims of this study is to determine the effect of *Website Image, Innovativeness, Online Knowledge, Online Routine*, on Customer Loyalty and Shopee Customer Satisfaction. The data was analyzed by software SEM, the object in this study is the consumers who have visited and bought at Shopee online shop. The number of the sample are 120 respondents. The results showed that *Website Image, Innovativeness, Online Knowledge, and Online Routine* have a positive influence on consumer shopping satisfaction and consumer loyalty.

Key words : *Website Image, Innovativeness, Online Knowledge, Online Routine, Satisfaction, and Loyalty.*